

УДК 007.658

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Романчик Т.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та військового
господарства НАНГУ*

Бровкова М.О., студентка гр. 560М НАНГУ

Анотація: в роботі розглянуто необхідність управління комерційною діяльністю промислових та торгівельних підприємств з метою підвищення ефективності їх функціонування у конкурентних умовах ринку, обґрунтовано сучасні концепції та принципи управління комерційною діяльністю організацій з врахуванням причинно-наслідкових зв'язків процесів, що мають безпосередній вплив на якість комерційної діяльності закладів.

Ключові слова: комерційна діяльність, управління, підприємство, принципи функціонування.

УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Романчик Т.В., к.е.н., доцент кафедры менеджмента и войскового хозяйства
НАНГУ*

Бровкова М.А., студентка гр. 560М НАНГУ

Анотация: в статье рассматривается необходимость управления коммерческой деятельностью промышленных и торговых предприятий с целью повышения эффективности их функционирования в конкурентных условиях рынка. Отмечается, что современный субъективный подход в решении этого вопроса является неэффективным и требует более детального рассмотрения. В статье рассмотрены современные концепции и принципы управления коммерческой деятельностью организаций, обращается внимание на необходимость при разработке управленческих решений учета причинно-следственных связей процессов, имеющих непосредственное влияние на качество коммерческой деятельности организаций.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, управление, предприятие, принципы функционирования.

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах ринкових відносин якість комерційної роботи стає одним з найважливіших факторів ефективного функціонування підприємств на ринку товарів і послуг. Особливого значення набуває при цьому необхідність удосконалення окремих елементів системи комерційної діяльності, що склалася.

Підхід до комерційної діяльності підприємств дозволить вирішувати ринкові проблеми більш раціональним шляхом, своєчасно виявляти ринкові можливості та використовувати їх, планувати та організовувати

комерційну діяльність на ринку з урахуванням передбачених тенденцій споживчого попиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку і підвищення ефективності комерційної діяльності досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема В. Апопій [1], І.Беляєвський [2], М. Бойченко [3], Р. Бунеева [4], В. Кривещенко [6], В. Меженська [7], О. Ортинська [10], Г. Савицька [8], А. Череп [10], Х. Ширенбек [11], трактуючи з різних позицій сутність комерційної діяльності. Однак аналіз напрацювань авторів свідчить про неузгодженість їх думок щодо принципів та економічної ефективності управління комерційною діяльністю.

Виділення невирішених частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Значною мірою засноване на суб'єктивному підході управління комерційною діяльністю неефективне, оскільки наразі не досягнуто основної мети комерційної діяльності підприємств в умовах маркетингової орієнтації - задоволення потреб населення в товарах та послугах та отримання на цій основі прибутку.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування сучасних концепцій управління комерційною діяльністю промислових та торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комерційна діяльність забезпечує реалізацію функції товарно-грошового обміну, відіграє важливу роль в реалізації соціальної політики, розширенні міжгалузевого обміну, і є рушійною силою розвитку не лише торговельної діяльності, але й економіки в цілому. Стабільна динаміка та розвиток сучасних форм підприємництва вимагає вдосконалення комерційної діяльності як в теоретичному, так і практичному плані.

Господарським кодексом України комерційна діяльність визначається як господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів з метою одержання прибутку [5, ч. 2 ст. 3]. Як один

з атрибутів ринку, вона формується та розвивається за його загальними принципами. Мета комерційної діяльності полягає у збільшенні доходів від продажу за умови задоволення попиту споживачів, а ринок виступає як система економічних відносин між продавцями і покупцями [9]. Отож, регуляторами комерційної діяльності є ринкове середовище та кон'юнктура ринку, натомість вона дозволяє організаціям регулювати обмежені матеріальні ресурси і грошові засоби [4].

Механізм управління комерційною діяльністю формується як функціональна складова загальної системи менеджменту суб'єкта господарювання. Цей механізм включає цілі, об'єкти, суб'єкти, методи та засоби управління (табл. 1).

Таблиця 1

Механізм управління комерційною діяльністю [3]

Складові механізму	Характеристика
Цілі управління	<ul style="list-style-type: none"> - за значимістю; - за рівнем формування; - за часом дії; - за системою оцінки; - за сферою застосування
Об'єкти управління	<ul style="list-style-type: none"> - структурні підрозділи організації; - основні управлінські процеси комерційної діяльності; - міжособистісні відносини, які виникають при виконанні комерційних процесів
Суб'єкти управління	<ul style="list-style-type: none"> - керівник організації, керівник комерційної служби, керівники структурних ланок
Методи управління	<ul style="list-style-type: none"> - стратегічне планування та прогнозування; - комерційний розрахунок; - система заохочень з боку держави; - економічна та соціальна мотивація комерційних працівників
Засоби управління	<ul style="list-style-type: none"> - системний аналіз, інформаційне забезпечення, адміністративно-правове управління; - ціноутворення; - імітаційне моделювання

В якості найважливіших засад управління комерційною діяльністю організації дослідниками виділяються:

- системний розгляд комерційної діяльності як сукупності взаємопов'язаних операцій;
- управління комерційними операціями на основі логістичного та маркетингового підходів;
- створення технології реалізації окремих комерційних операцій в залежності від зовнішніх та внутрішніх факторів;
- розробка моделі управління комерційною діяльністю [6].

Комерційна діяльність розглядається теоретиками як невід'ємна складова ринку, де відбувається обмін грошей на товари і товарів на гроші. Відповідно, діяльність, спрямована на отримання доходів від продажу товарів або надання послуг, що перевищують за розміром витрати на їх створення, може кваліфікуватися як комерційна. Оскільки комерційна діяльність є частиною товарно-грошових відносин, її можна розглядати як важливу економічну категорію.

Як зазначають більшість дослідників, зокрема, А.В. Череп, О.Л. Ортинська, в комерційній діяльності всі аспекти і складники спрямовані на досягнення ефективного товарно-грошового обміну [10]. Важливо, що отримання прибутку не завжди є домінуючою метою організації. Залежно від ситуативних обставин, метою комерційної діяльності може також бути стабілізація на ринку, антикризова програма, соціальні або політичні преференції. Короткостроковим завданням комерційної діяльності може бути експансія на нові ринки збуту, завоювання частки на ринку, демпінг, підвищення лояльності покупців.

Цілі комерційної діяльності визначають її зміст, а саме:

- встановлення господарських і партнерських зв'язків із суб'єктами ринку;
- вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів;

- узгодження зв'язку виробництва зі споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців (асортимент, обсяг і оновлення продукції);
- здійснення купівлі та продажу товарів з урахуванням конкурентного середовища;
- розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів;
- скорочення операційних витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів.

Комерція має багато спільних рис з підприємництвом, адже це самостійна ініціативна, систематична, здійснювана на власний ризик господарська діяльність. Базовими принципами управління комерційною діяльністю дослідники вважають науковий підхід, що ґрунтується на положеннях діалектичної теорії пізнання, економічних законах розвитку, використання досягнень науково-технічного прогресу та новітніх методів економічних досліджень. Проте, існують певні відмінності у засадничих принципах управління комерційною діяльністю об'єктів залежно від форми власності (рис. 1).

Системність та комплексність управління вимагає охоплення всіх ланок організації, всебічного опрацювання причинно-наслідкових зв'язків у фінансовій сфері організації. Принципи об'єктивності, конкретності та точності управління комерційною діяльністю обумовлюють необхідність формування, накопичення та опрацювання достовірної інформації. Завдяки цьому складові комерційної діяльності упорядковуються у динамічну систему внутрішніх та зовнішніх зв'язків, взаємозалежностей та підпорядкованостей її елементів [8]. Організація обліку, зовнішнього та внутрішнього аудиту та достовірність розрахунків дозволяють активно впливати на досягнення комерційних цілей. Г.В.Савицька стверджує, що саме зазначені принципи зумовлюють необхідність та можливість практичного використання аналітичних здобутків комерційної служби для

розробки конкретних управлінських рішень щодо перспективного планування удосконалення комерційної діяльності. У той же час, при практичному впровадженні слід приймати до уваги їх відповідність державній економічній, соціальній, міжнародній політиці та законодавству.

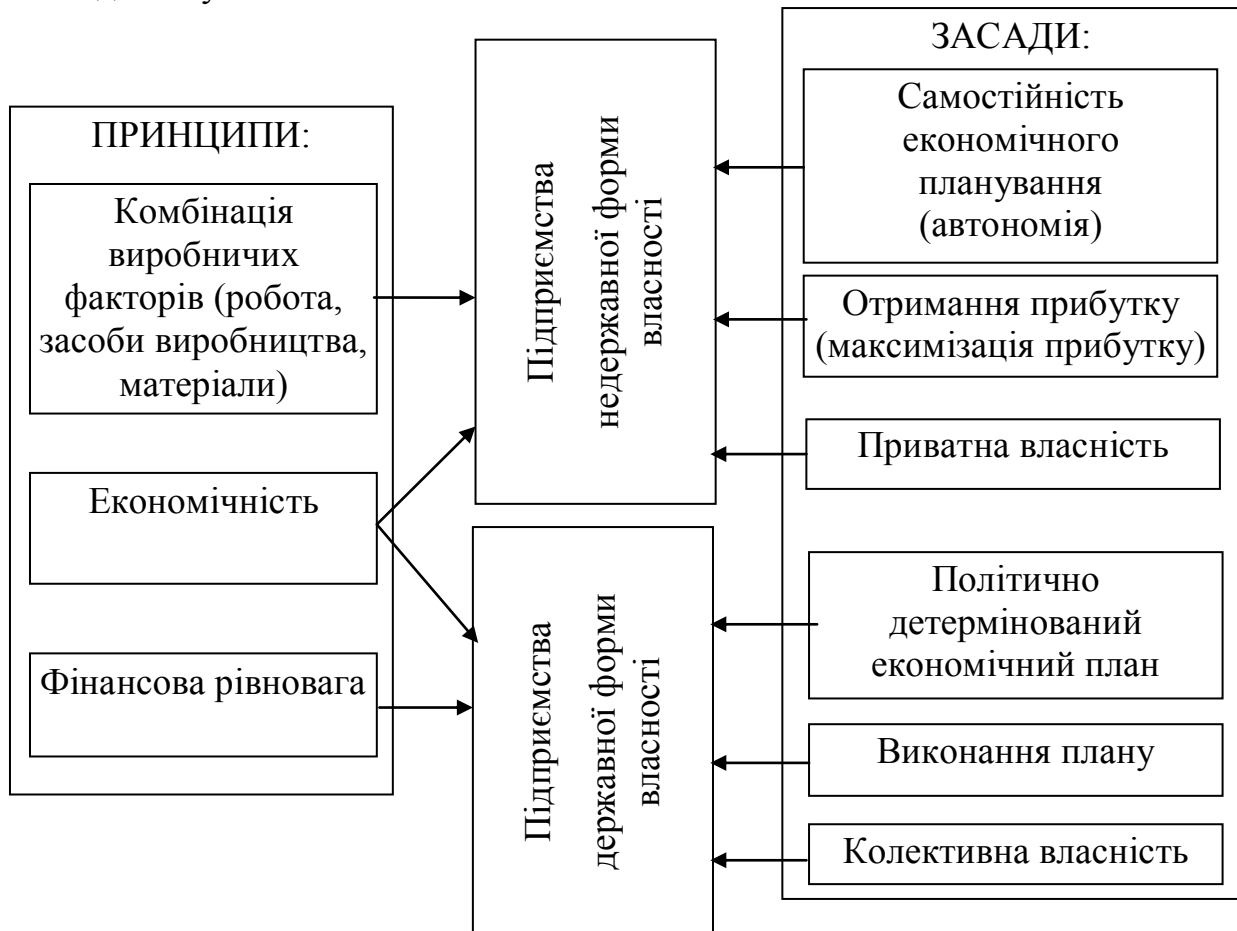


Рис. 1. Принципи та засади організації комерційної діяльності [11]

Висновки дослідження. Таким чином, комерційна діяльність розглядається дослідниками, в основному, як важлива структурна складова комплексної системи організації. Прикладний характер такої діяльності зумовлює наявність специфічних характерних рис та принципів функціонування: комплексність, системність, об'єктивність та ефективність. Управління комерційною діяльністю повинно ґрунтуватися на принципах формування, накопичення та опрацювання достовірної

інформації, про всі аспекти і складники досягнення ефективного товарно-грошового обміну.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Апопій В.В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / В.В. Апопій. – Львів: Вид-во ЛКА, 2007. – 368 с.
2. Беляевский И.К. Основы коммерции / И.К. Беляевский. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 129 с.
3. Бойченко М.Г. Моделювання процесів управління комерційною діяльністю металоторговельної компанії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» / М.Г.Бойченко. – Донецьк: Донецький національний університет ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 20 с.
4. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность : организация и управление / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 365 с
5. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, стаття 144
6. Кривещенко В.В. Управління комерційною діяльністю підприємств по збуту продукції: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / В.В. Кривещенко. – К.: Київський національний економічний університет, 2003. – 17 с
7. Меженська В.В. Механізм управління комерційною діяльністю торговельного підприємства / В.В. Меженська, Н.С. Шпірна // БизнесИнформ. – 2012. - №4. - С. 144-146
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая // Высшее образование. – 2009. – С. 64-72

9. Тютюшкина Г. С. Основы коммерческой деятельности / Г. С. Тютюшкина. – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – 112 с
10. Череп А.В. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств / А.В. Череп, О.Л. Ортинська // Продуктивні сили і регіональна економіка. – 2008. – Ч. 1. – С. 198-203
11. Ширенбек Х. Экономика предприятия / Х. Ширенбек; [пер. с нем.]. – СПб.: Питер, 2005. – 848 с